

RUSIJOS IR UKRAINOS KONFLIKTAS SOCIALINIŲ TINKLŲ INFORMACINIO KARO KONTEKSTE: EKSPERTŲ POŽIŪRIS



TOMAS BACYS

Klaipėdos universitetas

ISSN 1392-0588 (spausdintas)

ISSN 2335-8769 (internetinis)

<https://doi.org/10.7220/2335-8769.69.4>

2018. 69

SANTRAUKA. Straipsnyje aptariami mediatizacijos sukelti politinės komunikacijos kultūros pokyčiai. Nagrinėjama, kaip informacinių technologijų plėtra ir socialinių tinklų populiarumas pakeitė įvairių žiniasklaidos priemonių paskirtį, o socialiniai tinklai tampa pagrindine priemone greitai išsiųsti svarbią naujieną vartotojams. Tačiau socialiniuose tinkluose skleidžiama informacija, kuria siekiama paveikti visuomenę, mažai kontroliuojama. Pavyko nustatyti, kad būtent socialiniuose tinkluose aktyviai veikia informacinių karų įrankiai – troliai, kurie siekia suklaidinti vartotoją. Straipsnyje aprašoma, kaip informacinis karas, vykdomas socialiniuose tinkluose, skiriasi nuo kitų medijų. Straipsnyje įvardijami trolių tikslai, veikimo schema, taip pat raida ir pokyčiai.

RAKTAŽODŽIAI: informacinis karas, informacinio karo technologijos, mediatizacija, socialiniai tinklai, medijos, trolis.

ĮVADAS

DARBO AKTUALUMAS IR PROBLEMA

XXI amžiuje tobulėjant informacinėms technologijoms ir medijoms, jos tampa neatsiejama mūsų gyvenimo dalimi. Dėl to auga ir stiprėja mediatizacijos procesai, intensyvėja politinė komunikacija. Valstybinė karinė galia – jau ne vienintelė priemonė spręsti konfliktus, ne mažiau svarbios tapo informacinio karo technologijos. Jos įgauna naują mastą, auga jų įtaka politiniams procesams pasaulyje. Kintant žiniasklaidos veikimo principams, kartu kinta ir skirtingų informacinio karo priemonių pritaikymas (kinta informacijos turinio ypatumai), tai konstruoja skirtingą realybės vaizdą ir suvokimą. Naujai atsiradę komunikacijos tarpininkai tampa socialinių procesų centrais. Vis dažniau pasigirsta diskusijos apie medijų vaidmenį, informacijos karo įtaką ir jų poveikį visuomenei.

Iš neseniai skirtingose šalyse atliktų tyrimų matyti, kad žiniasklaidos įtaka sparčiai auga ir per pastarąjį dešimtmetį ji išsiskverbė į daugumą tiek privataus, tiek visuomeninio gyvenimo sričių. Toks procesas, kai visuomenės tampa visiškai

priklausomos nuo žiniasklaidos institucijų bei medijų galios, vadinamas politine mediatizacija¹. Pasak Friedricho Krotzo, vykstant mediatizacijos procesui, politika vis dažniau patenka žiniasklaidos akiratin. Kitaip tariant, mediatizaciją galima traktuoti kaip politinės valdžios instrumentą, kuriuo politikai veikia visuomenės nuomonę politiniais klausimais, struktūruoja jos politinę elgseną, telkia bendraminčius, realizuoja politinius sprendimus. Šie politinės komunikacijos veikėjai turi lemtingą įtaką visuomenės nuomonei ir jos sąmoningumui politiniais klausimais, todėl, norint ištirti mediatizacijos ypatumus, tenka tirti ir analizuoti informacinio karo įtaką, pasitelkiant informacines technologijas, naudojamas visuomenės nuomonei paveikti. Ypač didelį vaidmenį stiprinant galią ir įtaką mediatizacijos procese atlieka greita naujųjų socialinių tinklų plėtra, kuri išryškino komunikacines galimybes ir pakeitė bet kokius laiko ir erdvės apribojimus.

Vis dažniau girdima informacinio karo sąvoka, tai sietina su Ukrainoje vykstančiais neramumais. Šiuo metu Rusijos informacinio karo auka yra Ukraina. Visais įmanomais būdais Rusija stengiasi paveikti jos visuomenę skleisdama propagandą, publikuodama melagingus faktus apie besitęsiantį konfliktą, kurdama propagandines laidas ir mėgindama sutrikdyti mobiliųjų operatorių darbą. Informacinių karų socialiniuose tinkluose tikslas – paskleisti melagingą informaciją. Socialiniai tinklai yra patogi priemonė taikyti informacinius karus, nes jie suteikia vartotojams galimybes ne tik kurti savo viešą arba pusiau viešą profilį apibrėžtos sistemos ribose, bet ir formuoti susijusių vartotojų sąrašą, peržiūrėti savo ir kitų tinklo vartotojų ryšių sąrašą. Nancy Baym nuomone, didžiausias socialinių medijų privalumas tas, kad jos suteikia galimybę tiesiogiai pasiekti vartotoją, kas anksčiau atrodė neįmanoma, ir didelės žmonių grupės tapo nebe tokios didelės². Socialinių medijų tyrinėtojos Danah Boyd ir Nicole B. Ellison socialinius tinklus aiškina kaip žiniatinklio paslaugas, kurios ištirina ribą tarp masinės bei tarpasmeninės komunikacijos ir iškreipia jas abi³. Žmonės aktyviai diskutuoja apie įvykius interneto erdvėje ar žiniasklaidos pranešimus, jie yra masinės komunikacijos dalyviai, bet jų bendravimas vienas su kitu yra ir tarpasmeninis, nukreiptas į asmenines grupes, bet kartu ir masinis, nes prieinamas skaityti visiems. Tai, kas yra asmeniška, gali tapti masiška, o tuo pasinaudoja Rusija. Toks masiškas vartotojų įsitraukimas panaudojamas informaciniame kare. Informacijai skleisti socialiniuose tinkluose panaudojami troliai kaip informacinių karų įrankiai. Jie yra aktyvūs socialinių tinklų kariai, kurie veikia išgalvotų asmenų vardu, siekdami atkreipti dėmesį, provokuoti. Troliai aktyviai perša savo nuomonę,

¹ Krotz F. *Mediatization: a concept with which to grasp media and societal change*. Ed. K. Lundby. *Mediatization: Concept, Changes, Consequence*. New York: Peter Lang, 2009.

² Baym N. K. *Personal connections in the digital age*. 2nd edition. Polity: Malden, MA, 2015.

³ Ellison N. B., Boyd D. M. *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*. Prieiga internete <<https://www.danah.org/papers/JCMCIntro.pdf>> [žiūrėta 2017 05 20].

rašo komentarus po vartotojų įrašais, dalijasi suklasotais vaizdo įrašais, nuotraukomis, skleidžia klaidinančią informaciją apie buvusius įvykius.

Šio darbo tikslas yra atlikti empirinį tyrimą, išanalizuoti ekspertų požiūrį, pristatyti kaip pasikeitė informacinis karas, kokie informacinio karo požymiai ir įrankiai šiuo metu taikomi socialinėse medijose ir pateikti išvadas. Tyrimo metu atlikta mokslinės literatūros ir internetinių šaltinių analizė, pusiau struktūruotas interviu su ekspertais.

KOKYBINIO TYRIMO METODOLOGIJA

Kokybinį tyrimą galima apibūdinti kaip įvairių tradicijų pagrindą: informacijos žodžiu bei vaizdiniu pavidalu rinkimą ir dalyvių nuomonės išlausymą, informacijos analizavimą, proceso aprašymą⁴. Kokybinis metodas yra multimetodas, kuris apima interpretacinį, natūralistinį požiūrį į tiriamą subjektą žmonių suvokiamais terminais⁵. Prieš atliekant kokybinį tyrimą, būtina atkreipti dėmesį, ar tinkamai pasirinkta strategija. Tyrimo strategija reikalinga atliekant tyrimo planavimą, duomenų rinkimą ir apibendrinimą, tyrimo procedūrų panaudojimo tvarką, informacijos šaltinius ir jos rinkimo bei analizės metodus⁶.

Pasirinktas kokybinis pusiau struktūruotas interviu. Taikyta tikslinės imties kriterinė atranka. Siekiant gauti tyrimo uždaviniams būtiną informaciją, svarbu pasirinkti pašnekovą, kuris artimai susijęs su tiriamu objektu ir gali suteikti reikšmingų žinių⁷. Atlikti interviu su informantais (ekspertais), t. y. informacinio karo ekspertais, mokslininkais. Tyrimo validumui užtikrinti tikslinamos sąvokos ir indikatoriai, renkant, analizuojant, apibendrinant duomenis ir formuluojant išvadas išskirtos kategorijos bei subkategorijos. Interviu klausimai formuluoti remiantis literatūra. Kokybinis pusiau struktūruotas interviu metodas padeda gauti plačią ir respondento veiklą bei tiriamąjį objektą nuodugniai atskleidžiančią informaciją⁸.

Kokybinis tyrimas vyko vieną savaitę: pirmas interviu buvo paimtas 2016 metų balandžio 27 dieną, o paskutinis – 2016 metų gegužės 3 dieną. Galimi informantai pasirinkti susitarus asmeniškai. Buvo derinamas laikas, interviu trukmė, eiga,

⁴ Thiel S. van. *Research Methods in Public Administration and Public Management: an introduction*. London and New York: Routledge, Taylor & Francis Group, 2014.

⁵ Luobikienė I. *Sociologinių tyrimų metodika*. Kaunas: Technologija, 2011, 102.

⁶ Bitinas B., Rupšienė L., Žydžiūnaitė V. *Kokybinių tyrimų metodologija*. Klaipėda: S. Jokužio leidykla-spaustuvė, 2008, 113–117.

⁷ Cohen L., Manion L. & Morrison K. *Research Methods in Education*. 7th edition. London: Routledge, Christensen, L. T., 2011.

⁸ Fontana A., Frey J. H. *The interview. The Sage handbook of qualitative research*. London: Sage publication, 2005.

supažindinama su tyrimo tikslu. Gautas kiekvieno informanto sutikimas įrašyti pokalbį, bet jam pareiškus norą neįrašinėti tam tikrų atsakymų, tai buvo pasižymima užrašų sąsiuvinyje. Interviu trukmė – nuo 38 iki 53 min. Prieš interviu informantams buvo primenama, kokia numatoma interviu trukmė, tačiau jie nebuvo stabdomi, jei norėdavo tęsti pokalbį laikui pasibaigus, ir nebuvo verčiami tęsti pokalbį, jei neturėdavo minčių šia tema. Po interviu buvo atliktas papildomas interviu telefonu, kuris papildė atsakymus. Interviu metu tyrėjas gali keisti proceso eigą priklausomai nuo respondento atsakymų ir gautos informacijos svarbumo. Interviu pradėtas bendrais klausimais, pokalbį tiesiogiai kreipiant į konkrečiai tyrimui svarbios informacijos atskleidimą, nes, atliekant pusiau struktūruotą interviu, iš anksto numatomi būtini ir galimi klausimai⁹. Šiame tyrime interviu metodas buvo naudotas kartu su kitais tyrimo metodais renkant informaciją, ją įvertinant ir siekiant atsakyti į pagrindinius klausimus:

1. Kaip pasikeitė medijų arena XXI amžiuje?
2. Kaip galėtumėte apibūdinti informacinį karą socialiniuose tinkluose?
3. Kaip veikia informacinis karas socialiniuose tinkluose?
4. Jūsų nuomone, kada galima laikyti informacinio karo pradžia socialiniuose tinkluose?
5. Kada jaučiamas informacinio karo didesnis aktyvumas socialiniuose tinkluose?
6. Kuo vykdomas informacinis karas socialiniuose tinkluose skiriasi nuo kituose medijose vykdomo informacinio karo?
7. Kas yra trolis socialiniuose tinkluose?
8. Galite išskirti pagrindinius profilius, grupes, puslapius, kuriuose pastebimas didelis trolių aktyvumas?
9. Kokius galite išskirti pagrindinius trolio požymius ir kaip galima atskirti mokamą veiklą nuo demokratinės nuomonės raiškos?
10. Ar pastebėjote trolių aktyvumą prasidėjus Rusijos ir Ukrainos konfliktui?
11. Į kokią žmonių grupę nusitaisyta socialiniuose tinkluose?
12. Kokios naudojamos informacinio karo priemonės Rusijos ir Ukrainos konflikto metu? Ar priemonės yra specifinės ir anksčiau nėra taikytos?

Atliekant kokybinį tyrimą dalyvavo ekspertai, tiesiogiai susiję su mediatizacija ir informaciniu karu. Anot Nielseno kompanijos, teorija, kuri paaiškina 85 proc. tiriamo objekto problemų, taikant interviu metodą, gali būti sukurta turint ir mažesnę negu penkių dalyvių imtį¹⁰. Atliekant šį tyrimą, pasirinkta kvotinė kokybinio tyrimo imties atranka. Siekiant renkamų duomenų informatyvumo, į tyrimą

⁹ Tidikis R. *Socialinių mokslų tyrimų metodologija*. Vilnius: Lietuvos teisės universitetas, 2003.

¹⁰ The Nielsen company. *Global trust in advertising and brand messages*. New York, USA and Diemen, the Netherlands. Prieiga internete <<http://hk.nielsen.com/site/documents/NielsenGlobalTrustinAdvertisingReportSeptember2013.pdf>> [žiūrėta 2013 09 20].

tikslinga traukti naujus imties vienetus tol, kol pradeda mažėti gaunamų duomenų informatyvumas. Interviu su ekspertais buvo atliekami gyvai, pilotiniam tyrimui buvo apklausti du ekspertai.

1 lentelė. *Pusiaus struktūruoto ekspertų interviu tyrimo duomenys*

Eil. Nr.	Vardas, pavardė	Organizacija	Pareigos	Trukmė
1.	Nerijus Maliukevičius	VU Tarptautinių santykių ir politikos mokslų institutas	Dėstytojas ir mokslo darbuotojas	2016 04 28 38 min
2.	Ričardas Savukynas (Rokiškis Rabinovičius)	Žurnalistas, informacinio karo ekspertas	Žurnalistas, informacinio karo ekspertas	2016 05 04 58 min

KOKYBINIO TYRIMO REZULTATŲ ANALIZĖ. EKSPERTŲ POŽIŪRIS

Per interviu buvo siekiama išsiaiškinti, kaip informantų požiūriu pasikeitė informacinis karas, kokie informacinio karo požymiai bei įrankiai šiuo metu taikomi socialinėse medijose. Klausimynas interviu metu buvo padalytas į dvi dalis. Pirmoje dalyje prašyta apibrėžti terminus, siekta išsiaiškinti, kas yra informacinis karas socialiniuose tinkluose, jo raida, kaip jis veikia. Antroje dalyje pateikiamos informacinio karo technologijos, aptariamai terminai, buvo aiškinamasi, kokie įrankiai taikomi socialinėse medijose, kaip juos atpažinti, pateikiami jų požymiai ir naujausios technologijos, taikytos per Rusijos ir Ukrainos konfliktą. Taip pat buvo prašoma pateikti pavyzdžių.

Pirmu įžanginiu klausimu buvo siekiama išsiaiškinti, kaip pasikeitė medijų arena XXI amžiuje, kad nustatytume priežastis, kodėl informacinis karas, kaip reiškiny, minimas šiuolaikinėse medijose – socialiniuose tinkluose. Abu respondentai vienareikšmiškai atsakė, kad medijos iš tradicinių šaltinių persikėlė į internetą, o *Facebook* naudojamas kaip žiniasklaidos įrankis. Informantų nuomone, iš pradžių buvo tradiciniai puslapiai, tačiau, atsiradus socialiniams tinklams, dėl nekontroliuojamos informacijos sklaidos, didelio vartotojų pasiekiamumo medijos persikėlė į socialinius tinklus. Respondentų nuomonės dėl informacinio karo socialiniuose tinkluose pradžios išsiskyrė. Maliukevičiaus nuomone, informacinių karų pradžia socialiniuose tinkluose galima laikyti IRC ir *Live Journal*, kuriuose jau tada mezgėsi užuominos. Savukyno nuomone, pradžia laikoma 2007–2008 m. *Facebook*. Pasak Maliukevičiaus, informacinio karo socialiniuose tinkluose pradžia daug anksčiau nei buvo galvota, todėl galima teigti, kad trolis fenomenas galėjo atsirasti dar XX amžiaus pabaigoje.

2 lentelė. *Ekspertų požiūris*

Eil. nr.	Klausimas	Empirinio tyrimo indikatorius (teiginys)	Ekspertas
1.	Kaip pasikeitė medijų arena XXI amžiuje?	„Dėl greitos informacijos sklaidos medijos persikelia į interneto lauką, internetas tampa tradicijų medijų lauku. Akivaizdi koncentracija į internetinę erdvę, internetines platformas, socialinius tinklus, kuriuose renkama informacija.“	N. Maliukevičius
		Iš tradicinių puslapių, <i>blogų</i> aktyvi informacijos sklaida persikėlė į socialinius tinklus, užsienyje į <i>Twitter</i> , Lietuvoje – <i>Facebook</i> , Rusijoje <i>Vkontakte</i> , Ukrainoje srautas pasidalijęs į <i>Facebook</i> ir <i>Vkontakte</i> . Socialiniai tinklai yra virtuali erdvė, kurioje nėra informacijos filtro, pats žmogus turi pasirinkti, kuri informacija tikra, o kuri ne.“	R. Savukynas
2.	Kaip galėtumėte apibūdinti informacinį karą socialiniuose tinkluose?	„Informacinis karas socialiniuose tinkluose – aktyvizmas, tam tikrų vertybių vedamų grupių bandymas paveikti kitų grupių nuomones, arba skatinant kovoti informacinės kovos su kitomis grupėmis, kurti savo bendruomenes, įtikinti savo sekėjus.“	N. Maliukevičius
		„Informacinis karas socialiniuose tinkluose – tai beprotiškas informacijos srautas, siekiantis paveikti žmonių grupę ir įtraukti kuo daugiau žmonių į informacinį karą.“	R. Savukynas
3.	Kaip veikia informacinis karas socialiniuose tinkluose?	„Informacinis karas socialiniuose tinkluose veikia kaip tradicinė propaganda, kuri kartais įgauna išreikštų karštų konfliktų, informacinių karų pobūdį. Kuriami virtualūs piliečiai aktyvistai, kurie trukdo diskutuoti, dezinformuoja, bando paveikti bendruomenes.“	N. Maliukevičius
		„Gausūs besikartojantys komentarai po straipsniais, po paskelbtais išrašais. Publikuojamos netikros nuotraukos su priedais, rašomos žinutės, kuriamos grupės, siekiant diskredituoti politiką.“	R. Savukynas
4.	Jūsų nuomone, kada galima laikyti informacinio karo pradžia socialiniuose tinkluose?	„Pirmieji informacinio karo požymiai <i>Facebook</i> 2007–2008 m., tačiau Lietuvoje veikė dar neaktyviai.“	R. Savukynas
		„Informacinių karų pradžia socialiniuose tinkluose galima laikyti IRC ir <i>Live Journal</i> , kuriuose jau tada mezgėsi užuominos.“	N. Maliukevičius
5.	Kada jaučiamas informacinio karo didesnis aktyvumas socialiniuose tinkluose?	„Propaganda vyksta nuolatos, tačiau suaktyvėjimas vyksta po kiekvieno įvyko.“	R. Savukynas
		„Jaučiamas suintensyvėjimas po kiekvieno įvykio.“	N. Maliukevičius

Eil. nr.	Klausimas	Empirinio tyrimo indikatorius (teiginys)	Ekspertas
6.	Kuo vykdomas informacinis karas socialiniuose tinkluose skiriasi nuo kitose medijose vykdomo informacinio karo?	„Socialiniuose tinkluose skleidžiama informacija neturi filtro, netikrinama informacija, o kituose medijose yra informacija tikrinama, filtruojami komentarai.“	R. Savukynas
		„Socialiniuose tinkluose informacinis karas pasiekia didesnę auditoriją nei kitose medijose, galima laisviau pozicionuoti informaciją.“	N. Maliukevičius

Pastaba. Interviu kalba netaisyta.

Šaltinis: sudaryta straipsnio autoriaus, remiantis interviu duomenimis.

Kalbantis su ekspertais, taip pat siekta nustatyti, kas yra informacinis karas socialiniuose tinkluose ir kaip jis veikia, kaip jį galima identifikuoti. Ekspertų nuomone, informacinis karas socialiniuose tinkluose yra propaganda, aktyvizmas, tam tikrų vertybių vedamų grupių bandymas paveikti atskirų grupių nuomones, arba skatinimas kovoti informacinius karus su skirtingomis grupėmis, kurti savo bendruomenes, įtikinti savo sekėjus. Informantų nuomone, tai yra natūralus procesas, kuriuo bando naudotis autoritarinės sistemos, siekdamos manipuluoti visuomenę per socialinius tinklus. Socialiniuose tinkluose pateikiama daug informacijos, siekiant suklaidinti vartotoją. Kur yra tiesa, o kur – melas, gali būti sunku atskirti. Jeigu trūksta faktų, jie yra naujai sukuriami. Jeigu atsiranda tikrų faktų, faktas yra skelbiamas socialiniuose tinkluose. Informantų nuomone, informacinių karų suintensyvėjimas pastebimas po kiekvieno karinio įvykio. Informaciniai karai socialiniuose tinkluose naudojami naujausiomis technologijomis, tačiau nepamiršta ir senųjų, pavyzdžiui, laiškų paviešinimas. Socialiniuose tinkluose vykdomas informacinis karas skiriasi nuo kitų medijų. Savukynas teigia, kad socialiniuose tinkluose nėra apsaugos nuo trolių, publikuojama informacija netikrinama ir saugoma. Ji gali pasiekti greitai ir nebrangiai bet kurį registruotą vartotoją. Maliukevičius antrina dėl auditorijos pasiekiamumo, tačiau priduria, kad socialiniuose tinkluose galima laisvai valdyti informaciją. Informacija gali būti bet kada įkeliamą ir ištrinamą.

3 lentelė. Ekspertų požiūris

Eil. nr.	Klausimas	Empirinio tyrimo indikatorius (teiginys)	Ekspertas
7.	Kas yra trolis socialiniuose tinkluose?	„Trolis – savotiškas chuliganas virtualioje erdvėje. Jis kelia triukšmą, apsimeta tuo, kuo nėra, slepia tapatybę, pašiepia. Troliai yra dviejų rūšių: darantys tai dėl savo malonumo ir strategiškai mobilizuoti, gaunantys pinigų.“	N. Maliukevičius
		„Trolis – tai dažniausiai žmonės skleidžiantys informaciją socialiniuose tinkluose sukurtais profiliiais, t. y. idiotas vatnikas ir vatnikas, kuris gauna pinigų.“	R. Savukynas

3 lentelės tęsinys

Eil. nr.	Klausimas	Empirinio tyrimo indikatorius (teiginys)	Ekspertas
8.	Galite išskirti pagrindinius profilius, grupes, puslapius, kuriuose pastebimas didelis trolių aktyvumas?	„Socialinėse medijose, užsienyje – <i>Twitter</i> , o Lietuvoje – <i>Facebook</i> .“	N. Maliukevičius
		Automaidanas ULLL Įvykiai	R. Savukynas
9.	Kokius galite išskirti pagrindinius trolio požymius ir kaip galima atskirti mokamą veiklą nuo demokratinės nuomonės raiškos?	„Trolius galima atpažinti pagal <i>paruoštukus</i> . Jie naudoja metodą <i>copy paste</i> . Taip pat jie turi išskirtinį požymį, jog turi planą, dirba sistemingai, taip išsiskirdami nuo pavienių aktyvistų, kurie yra įkyrus ir aktyvūs, tačiau neturi darbo struktūros.“	N. Maliukevičius
		„Trolius galima atskirti pagal besikeičiančius skirtingų šalių IP adresus, didelį aktyvumą, dažnai besikartojančią tą pačią informaciją. Atskirti idiotą vatniką nuo vatniko, gaunančio pinigus, neįmanoma.“	R. Savukynas
10.	Ar pastebėjote trolių aktyvumą prasidėjus Rusijos ir Ukrainos konfliktui?	„Troliai pradėjo veikti aktyviau prasidėjus Rusijos ir Ukrainos konfliktui.“	R. Savukynas
		„Pastebėjau trolių aktyvizmą Ukrainos konflikto tematika ne tik socialiniuose tinkluose, bet ir kituose socialinėse medijose.“	N. Maliukevičius
11.	Į kokią žmonių grupę nusitaikyta socialiniuose tinkluose?	„Koordinuoti troliai nusitaikę į oponuojančių šalių atspindį. Taikiny yra Ukrainos pusė, kitu atveju – Rusijos.“	N. Maliukevičius
		„Socialiniuose tinkluose nusitaikyta į vartotojus, kurie pasiduoda provokacijai. Informacinis karas veikia ne tik oponuojančias šalis, bet ir atskirus vartotojus, kurie nepriklauso šiai grupei, tačiau linkę pasiduoti provokacijoms.“	R. Savukynas
12.	Kokios naudojamos informacinio karo priemonės Rusijos ir Ukrainos konflikto metu? Ar priemonės yra specifinės ir anksčiau nėra taikytos?	„ <i>Anonymus Ukraine</i> iniciatyva. Atvejis, kai pasiskolinama tam tikra iniciatyva, trolingas pakeliamas iki valstybinio lygmens. <i>Anonymus Ukraines</i> pasiskelbia nepriklausomi tiek nuo Eurazijos, tiek ES. Jos yra koordinuotos su tradicinėmis medijoms, informaciją paleidžia Rusijos naujienų agentūros. Tai yra akivaizdus koordinavimas. Inicijuoja kelias atakas prieš Ukrainą, prieš Lietuvą, buvo atvejis, kai panaudota prieš Prezidentės patarėją, nulaūžiant elektroninį paštą.“	N. Maliukevičius
		„Naudojamos kompiuterinės programos, kurios palaiko inkognito režimą. Parenkami komentarai pagal semantinius žodžius, komentarų struktūros tapo sudėtingesnės, kurias sunku atsekti.“	R. Savukynas

Pastaba. Interviu kalba netaisyta.

Šaltinis: sudaryta straipsnio autoriaus, remiantis interviu duomenimis.

Informaciniame kare socialiniai tinklai yra priemonė formuoti vartotojų nuomonę, pasitelkiant žiniasklaidos naujienas, o informacinio karo moderatoriai yra troliai, kurie skleidžia klaidinamą informaciją, formuoja nepasitikėjamą politinę santvarką, kelia sumaištį, provokuoja. Troliai yra pagrindiniai įvaizdžio kūrėjai šiame procese. Ekspertai trolį apibūdino kaip savotišką chuliganą virtualioje erdvėje, kuris slepia savo tapatybę, atakuoja ir ironizuoja.

Trolius informantai išskiria į mokamus ir nemokamus, tačiau pažymima, kad trolis gali būti suvokiamas ne tik kaip žmogus, bet ir kaip kompiuterinė programa, kuri veikia pagal nustatytą algoritmą. Respondentų nuomone, atskirti pilietišką ir aktyvų socialinių tinklų narį, siekiantį skleisti vertybes, nuo mokamo ir kontroliuojamo trolio beveik neįmanoma, nebent analizuojant informacijos turinį, turint techninius duomenis. Tačiau yra ir nemokamų trolių, kurie rašo taip pat aktyviai.

Per interviu su informacinio karo ekspertais buvo siekiama sužinoti, kur būtų galima ieškoti trolių socialiniuose tinkluose, siekta, kad būtų pateikta kuo daugiau pavyzdžių, norint juos identifikuoti. Vilniaus universiteto Tarptautinių santykių ir politikos mokslų instituto dėstytojo nuomone, informacijos reikia ieškoti ten, kur vyksta realūs konfliktai, kur vyksta diskusijos ir skelbiama naujausia informacija.

Buvo klausama, ar informacinio karo ekspertai pastebėjo trolių aktyvumą pradedus Rusijos ir Ukrainos konfliktui. Jie pripažįsta, kad pradėjo veikti aktyvios grupės, nukreiptos į Lietuvą ir Ukrainą, kurios anksčiau neveikė. Atsirado daugiau komentarų, taip pat straipsnių spaudoje, kurių anksčiau nebūdavo.

Atliekant interviu siekta išsiaiškinti, į kokią žmonių grupę nusitaikyta socialiniuose tinkluose. Taigi socialiniuose tinkluose taikomasi į vartotojus, kurie pasiduoda provokacijai. Informacinis karas veikia ne tik oponuojančių šalių atspindį, bet ir atskirus vartotojus, kurie nepriklauso šiai grupei, tačiau linkę pasiduoti provokacijoms.

Per interviu specialistų buvo klausama, ar jie pastebėjo, kokios informacinio karo priemonės naudotos per Rusijos ir Ukrainos konfliktą? Ar priemonės specifinės ir anksčiau netaikytos? Klausimu buvo siekta sužinoti, kokios informacinio karo priemonės naudojamos mediatizuotoje politikoje per Rusijos ir Ukrainos konfliktą. Maliukevičius pabrėžė, jog šio konflikto metu naudotos įvairios piliečių iniciatyvos, kurios buvo perimamos valstybiniu lygmeniu ir naudojamos informacinio karto tikslams – *Anonymus Ukraine* iniciatyva, išaugusi iš *Cyber Berkut*, kai kovojančių paskyros perimtos ir naudotos kaip Rusijos iniciatyvos. Informantų nuomone, per trumpą laikotarpį tiek priemonės, tiek Rusijos samdomi troliai stipriai patobulėjo, nustojo naudoti pasikartojančius komentarus per visus skelbimus, grupes ir profilius. Savukyno nuomone, vis dar galima išskirti požymį tarp naudojamų kompiuterinių programų ir žmonių. Informantas papildė, jog per konfliktą

su Ukraina Rusija pradėjo aktyviau veikti žiniasklaidoje, atsirado straipsnių Vakarų šalių žiniasklaidoje apie šalį ar įvykį, tačiau informacija skirta ne Vakarams, o kitai valstybei, į kurią taikomasi.

IŠVADOS

Medijos iš tradicinių šaltinių persikėlė į internetą. Socialinius tinklus dėl greitos informacijos sklaidos ir didelio skaitytojų pasiekiamumo žiniasklaida naudoja naujausiems įvykiams skelbti. Respondentai informacinį karą apibrėžia kaip šiuolaikinės karinės strategijos dalį. Informacinis karas socialiniuose tinkluose aiškinamas kaip aktyvizmas, tam tikrų vertybių vedamų grupių bandymas paveikti kitų grupių nuomones per komentarus ir publikuojant neteisingą informaciją, taip siekiant diskredituoti politiką arba skatinant kovoti informacinės kovas su kitomis grupėmis, kurti savo bendruomenes, įtikinti savo sekėjus.

Informacinio karo socialiniuose tinkluose pradžia galima laikyti *Facebook* 2007–2008 metus. Tačiau, anot eksperto Maliukevičiaus, informacinio karo ištakos siekia bendravimo programų IRC ir socialinio tinklo pirmtako *Live Journal* laikus, kada buvo pastebėti troliai, jų veikla. Informacinio karo vykdytojas socialiniuose tinkluose – trolis, kuris apibūdintas kaip savotiškas virtualios erdvės chuliganas, keliantis triukšmą, apsimetantis tuo, kuo nėra, slepiantis tapatybę, provokuojantis. Išskirti dviejų rūšių troliai: vieni, darantys tai dėl savo malonumo ir kontroliuojami, strategiškai mobilizuoti, gaunantys pinigų. Ekspertų nuomone, trolius socialiniuose galima rasti ten, kur yra aktyvi informacijos sklaida, *Facebook* (auto-maidanas; ULLL; įvykiai) ir *Twitter*. Respondentų nuomone, atskirti mokamą trolį nuo pilietiško labai sunku. Pagrindiniai mokamų trolių požymiai: dirba sistemingai, besikeičiantys IP adresai, didelis aktyvumas, dažnai besikartojanti ta pati informacija.

Prasidėjus Rusijos ir Ukrainos konfliktui, troliai suaktyvėjo, pradėjo veikti aktyvios grupės, nukreiptos į Lietuvą ir Ukrainą, atsirado daugiau komentarų ir įvairaus pobūdžio straipsnių spaudoje. Socialiniuose tinkluose nusitaikyta į oponuojančių šalių atspindį ir asmenis, kurie linkę į provokaciją. Nustatyta, jog per Rusijos ir Ukrainos konfliktą taikytos naujausios technologijos – piliečių iniciatyvos perimamos valstybiniu lygmeniu ir naudojamos informacinio karto tikslams, o mokami troliai patobulėjo, vis rečiau rašė pasikartojančius komentarus per visus skelbimus, grupes ir profilius. Komentarų struktūra tapo sudėtingesnė.

LITERATŪRA

- Baym N. K. *Personal connections in the digital age*. 2nd edition. Polity: Malden, MA, 2015.
- Bitinas B., Rupšienė L., Žydzūnaitė V. *Kokybinių tyrimų metodologija*. Klaipėda: S. Jokužio leidykla-spaustuė, 2008, 113–117.
- Cohen L., Manion L., Morrison K. *Research Methods in Education*. 7th edition. London: Routledge, Christensen, L. T., 2011.
- Ellison N. B., Boyd D. M. *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*. Prieiga internete <<https://www.danah.org/papers/JCMCIntro.pdf>> [žiūrėta 2017 05 20].
- Fontana A., Frey J. H. *The interview. The Sage handbook of qualitative research*. London: Sage publication, 2005.
- Krotz F. *Mediatization: a concept with which to grasp media and societal change*. Ed. K. Lundby. Mediatization: Concept, Changes, Consequence. New York: Peter Lang, 2009.
- Luobikienė I. *Sociologinių tyrimų metodika*. Kaunas: Technologija, 2011, 102.
- The Nielsen company. *Global trust in advertising and brand messages*. In New York, USA and Diemen, the Netherlands. Prieiga internete <<http://hk.nielsen.com/site/documents/Nielsen-GlobalTrustinAdvertisingReportSeptember2013.pdf>> [žiūrėta 2013 09 20].
- Thiel S. van. *Research Methods in Public Administration and Public Management: an introduction*. London and New York: Routledge, Taylor & Francis Group, 2014.
- Tidikis R. *Socialinių mokslų tyrimų metodologija*. Vilnius: Lietuvos teisės universitetas, 2003.

Tomas Bacys

THE RUSSIAN AND UKRAINIAN CONFLICT IN THE CONTEXT OF SOCIAL NETWORK INFORMATION WARFARE: THE EXPERTS' APPROACH

SUMMARY. Changes in the culture of political communication caused by mediatization are discussed in this article. It investigates how the development of IT and the popularity of social networks have changed the purpose of various media. Nowadays social networks are becoming the main tool for sending important news quickly. However, those news which are directed to a mass public are not sufficiently filtered and controlled. It was determined that social networks' environment is actively used as a weapon in information wars, particularly by trolls aiming to mislead the user. The article describes how information warfare in social networks is carried out and how this differs from information warfare in other media. The article explains the nature of trolls, their goals, scheme of action, evolution, and changes in their operations.

KEYWORDS: information warfare, technologies of information warfare, mediatization, social networks, media, trolls.